



Veranda

Carlos Velázquez

carlos.velazquez.mayoral@gmail.com

Reforma a 'todo incluido' restará atractivo a invertir

En el negocio turístico ha habido la tendencia a empaquetar diferentes servicios, la razón es que los descuentos que se pueden conseguir son distintos en un boleto de avión, en la renta de un cuarto o en el transporte terrestre, por lo que la idea es ofrecer el precio final más atractivo posible.



Ahora, una iniciativa de reforma al párrafo tercero del artículo 43 de la Ley Federal de Protección al Consumidor está causando gran inquietud entre los hoteleros que se dedican al negocio del "todo incluido".

El nuevo texto legal que impulsó **Carlos Puente**, diputado por el Partido Verde Ecologista de México, señala:

"(...) tratándose de los paquetes o sistemas turísticos todo incluido, los proveedores deberán informar, debida y oportunamente, a los consumidores sobre cada uno de los servicios o componentes incluidos y la manera en que éstos integran las tarifas o costos totales respectivos y, en su caso, el monto de las contribuciones aplicables a cada uno de dichos componentes, así como el cálculo correspondiente".

La reforma fue aprobada por una amplia mayoría en la Cámara de Diputados. El Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), que preside **Braulio Arsuaga**, envió una carta al Senado de la República, que está tratando de aprobar esta reforma.

Según el organismo, aprobar este cambio no contribuiría a la transparencia ni aportaría información relevante al consumidor y sí entorpecería y encarecería la actividad hotelera.

El tiempo elegido por los legisladores para hacer este cambio no es el mejor y, en el fondo, lo que pretenden es demostrar que la base sobre la cual se pagan los impuestos por hospedaje es muy baja. Según las reglas fiscales mexicanas, la base de tributación por

la renta de las habitaciones es del 40% de la tarifa y el resto sirve para cubrir alimentación, bebidas, propinas y todas las actividades que cada hotel ofrece en su sistema todo incluido.

Desde la visión de los impulsores de la reforma, de hecho **Puente** fue secretario de Turismo de Zacatecas hace 10 años, en realidad el peso de la tarifa es mayor, por lo que la base gravable también podría aumentar.

Este hecho es discutible, el todo incluido se ha sofisticado a niveles que nunca se habían visto en el turismo y hay establecimientos que ya incluyen rondas en campos de golf, paseos en yate, salidas a pescar y muchas otras amenidades.

De hecho, prácticamente todas las grandes cadenas hoteleras del mundo están aumentando su oferta de todo incluido, por ejemplo, Marriott anunció este año que está trabajando en su primer Ritz Carlton, una de sus marcas de lujo que operará como un todo incluido.

También viene un hotel W en la República Dominicana y cuenta con varios Westin que ya operan con ese sistema.

Mientras, la francesa Accor está cuadruplicando su oferta de cuartos con la marca Rixos, que son todo incluido; además de que IHG sumó a su portafolio, 70 hoteles todo incluido de la marca Iberostar.

Pretender aumentar los impuestos y reducir los márgenes de los hoteles en México ocurre en un mal momento, pues la competencia de otros países se ha vuelto más agresiva y muchos cuentan con entidades de promoción de la "marca país", una herramienta que ya no hay aquí.



Una consecuencia previsible, si avanza esta reforma, es que habrá menos interés de los inversionistas por seguir abriendo hoteles en los destinos nacionales.

Pretender aumentar los impuestos y reducir los márgenes de los hoteles ocurre en un mal momento.